

## ABSTRAK

**Yana Ramadiani, 1620310071, Analisis Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Usaha Arifani Plastik Kudus).**

Penelitian ini memaparkan tentang strategi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan menurut perspektif ekonomi syariah pada usaha Arifani Plastik Kudus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing mix* yang digunakan Arifani Plastik, mengetahui strategi *marketing mix* yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan, dan untuk mengetahui pandangan ekonomi syariah terhadap strategi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Subjeknya adalah usaha Arifani Plastik. Data-data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang ditemukan diuji keabsahannya dengan triangulasi data. Kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi serta ditemukan tiga temuan, yaitu (1) Arifani Plastik melakukan strategi *marketing mix* yang terdiri dari 10 variabel, meliputi *product, place, price, promotion, process, productivity, people, physical evidence, priority, dan partner*. (2) Kombinasi tepat dari 10 variabel tersebut memang efektif untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha Arifani Plastik. (3) Pelaksanaan strategi *marketing mix* untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha Arifani Plastik sudah sesuai dengan karakteristik dan prinsip-prinsip yang ada dalam pemasaran ekonomi syariah.

**Kata Kunci :** *Marketing Mix, Volume Penjualan, Ekonomi Syariah.*